

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara pemasaran relasional (*relationship marketing*) dengan kepuasan pelanggan Indosat pada warga RW. 016 Jalan Cimanggu Kota Bogor. Penerapan strategi pemasaran relasional yang tinggi akan meningkatkan kepuasan pada pelanggan, sebaliknya jika perusahaan tidak menerapkan strategi pemasaran relasional maka kepuasan pelanggannya pun akan menurun.

Kepuasan pelanggan pada warga RW.016 Jalan Cimanggu Kota Bogor ditentukan oleh pemasaran relasional (*relationship marketing*) sebesar 41,02% dan sisanya sebesar 58,98% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti harga, kualitas pelayanan, harapan konsumen, citra merek dan kinerja produk promosi.

#### **B. Implikasi**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara pemasaran relasional (*relationship marketing*) dengan kepuasan pelanggan Indosat pada warga RW. 016 Jalan Cimanggu Kota Bogor. Hal ini membuktikan bahwa pemasaran relasional (*relationship*

*marketing*) merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Implikasi dari penelitian ini adalah Indosat harus mampu menerapkan strategi pemasaran relasional (*relationship marketing*) dengan baik, agar pelanggan Indosat mendapatkan produk dan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, sehingga pelanggan akan semakin merasakan kepuasan dalam menggunakan produk.

Dari hasil pengolahan data, terlihat bahwa dalam variabel kepuasan pelanggan, indikator yang paling dominan adalah empati. Sedangkan pada variabel pemasaran relasional, indikator yang paling dominan adalah komunikasi. Maka agar dapat mempertahankan kepuasan pelanggan, sebaiknya perusahaan menjaga besarnya rasa empati kepada pelanggannya. Serta terus menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggannya. Kemudian, Indikator terendah pada kepuasan pelanggan adalah keandalan, sedangkan pada pemasaran relasional indikator terendah adalah pengikatan. Maka, perusahaan harus mampu meningkatkan keandalan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen serta meningkatkan kemampuan dalam mengikat pelanggan agar konsumen merasa puas dan tidak beralih menggunakan produk yang lain.

### **C. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti dalam meningkatkan kepuasan pelanggan adalah:

1. Perusahaan Indosat sebaiknya dapat memperbaiki kinerja dan kekuatan atas produk yang dihasilkan serta meningkatkan kualitas ketepatan waktu karyawan dalam melayani pelanggan sehingga dapat menciptakan suatu keandalan produk yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, indikator keandalan merupakan indikator yang paling rendah dalam kepuasan pelanggan Indosat. Hal tersebut dapat ditingkatkan lagi apabila perusahaan mau memperbaiki kualitas sinyal yang dimiliki, sehingga konsumen dapat memanfaatkan produk Indosat dengan baik dan memberikan efek kepuasan bagi pelanggan.
3. Perusahaan harus lebih memperluas kerja sama dengan beberapa pihak yang terkait. Seperti dengan beberapa bank ataupun dengan perusahaan lain yang dapat menciptakan suatu pelayanan-pelayanan ekstra agar memberikan kemudahan dan keuntungan bagi pelanggan dalam rangka mengikat pelanggan untuk tidak berpindah menggunakan provider lain.